

LE CAMPUS

By **COMMIUM**



Les tutoriels

Créer une content factory sur les réseaux sociaux

Sommaire

3

**Tout savoir sur la
création de contenu**

La théorie

9

**Le concept de content
factory**

La théorie

13

**Mettre en place la
content factory dans
votre organisation**

La pratique

Chapitre 1

Tout savoir sur la création de contenu

Content is King !

L'importance du contenu

L'importance de la création de contenu dans le développement d'une marque.

Lorsque l'on souhaite développer une marque, il y a plusieurs piliers à travailler pour générer de la croissance. Cela a été théorisé en marketing par le modèle AAARRR :

Attention / **A**cquisition / **A**ctivation / **R**evenu / **R**étention / **R**ecommandation

Ce schéma permet d'identifier 6 stades du consommateur et de faciliter la mise en place d'actions pour créer un **boucle de croissance**.

[Voir schéma page suivante](#)

Dans ce tutoriel, nous allons donc voir comment la création de contenu va contribuer au développement de votre marque. Et surtout, comment la mettre en place de manière efficace, en étant intensif, tout en mobilisant le moins de ressources humaines ou financières.

L'inbound marketing

Autre principe intéressant de la création de contenu, c'est quelle va alimenter une stratégie marketing efficace qui est l'inbound marketing. C'est à dire, amener le prospect à s'intéresser à votre marque. Versus, l'outbound, qui est une stratégie qui consiste à aller vers le prospect. L'inbound génère des leads plus qualifiés car déjà intéressés par la solution ou le produit.

Inbound

Réseaux sociaux
Référencement naturel
Blog
Newsletter
Livre Blanc
Podcast
Webinaire
...

Outbound

Prospection téléphonique
Prospection physique
Emailing
Mailing
Publicités radio / tv
Google Ads
...

Le schéma AAARRR



Quels sont les différents types de contenus?

Benchmark

Nous allons vous présenter dans un tableau les types de contenus qu'il est possible de créer en comparant leurs caractéristiques.

	Simplicité	Viralité	Durée de vie	B2C	B2B
Image Instagram	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Storie Instagram	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Reel Instagram	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Image Facebook	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Vidéo Facebook	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Publication LinkedIn	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Short Youtube	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Vidéo Youtube	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Vidéo Tik Tok	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Article Blog	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Podcast audio	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Livre Blanc	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Tweet sur X	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★

Quelle stratégie de contenus ?

La bonne stratégie

En création de contenus il y a 2 points important à prendre en compte :

Avoir un bon mix de contenus :

Contenus à potentiel de viralité **et** Contenus à grande durée de vie

Contenus grand public **et** contenus spécialisés

Viralité et grand public : J'augmente la taille de mon audience



Durée de vie : Pour une visibilité exponentielle

+2 +4 +16 +128

Contenus spécialisés : Pour convertir mon audience en clients



Être intensif et RÉGULIER :

Plus vous allez être intensif, plus l'algorithme va vous mettre en avant.

Mais attention la régularité est encore mieux récompensée !

Régularité et intensité

Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
✓	✓	✓	✓	✓		
✓	✓		✓	✓		✓
	✓	✓		✓	✓	✓

est meilleure que **Régularité sans intensité**

Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
✓				✓		
✓				✓		
✓				✓		

qui est meilleure que **Intensité sans régularité**

Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
				✓	✓	

Comment être intensif et régulier ?

Répondre à l'équation impossible, grâce à la content factory

Dès lors que l'on veut mettre en place une stratégie ambitieuse de création de contenus, plusieurs obstacles interviennent :

- Le temps
- L'inspiration
- Le coût si l'on délègue
- Le savoir faire

C'est pour répondre à toutes ces problématiques que le concept de «**Content Factory**» a été inventé.

[RDV au prochain chapitre](#)



Chapitre 2

Le concept de Content Factory

L'optimisation de la création

Les grands principes

Pour permettre de publier beaucoup de contenus, sur plusieurs plateformes, dans plusieurs formats, il a été nécessaire d' :

- Organiser la stratégie de contenu
- Optimiser la production de contenu
- Accélérer la diffusion du contenu

L'organisation

Avoir à réfléchir tous les jours sur le contenu à poster, le créer et le diffuser est très chronophage. Pour palier à l'obstacle de la page blanche et au temps perdu, nous conseillons de passer par une boîte à idées et garder une demi-journée ou une journée qui sera dédiée à la création et planification des contenus.



La réutilisation des contenus

L'accélération

Le but ici est de rendre accessible le contenu en interne, chaque membre de l'équipe n'étant pas rédacteur, graphiste ou vidéaste. Mais pour autant, chacun peut le diffuser à son réseau...

La bibliothèque de contenus

Une fois le contenu créé, il est classé et rangé dans une bibliothèque (par exemple un dossier cloud partagé au niveau de l'entreprise) et mis à la disposition de tous.



Photos produits



Offre commerciale



Témoignages



Photos



Vidéos



Articles

Chacun peut alors piocher dans le contenu pour le partager en quelques clics à son réseau.

La diffusion des contenus

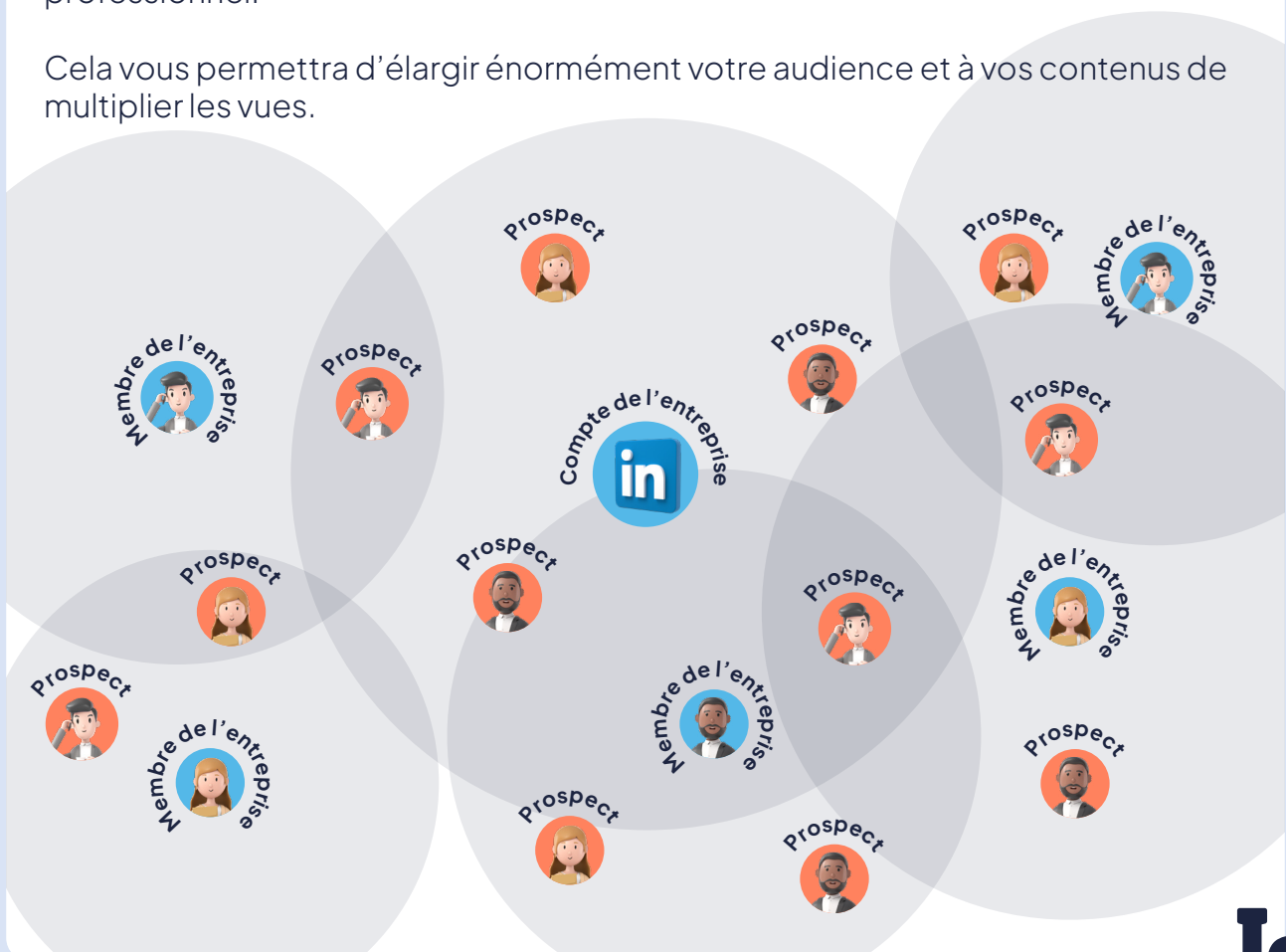
La planification

Pour diffuser son contenu, se connecter tous les jours sur chaque plateforme et publier est très chronophage également, nous vous conseillons donc de souscrire à des outils de planification. (Type buffer, Zoho Social, Agorapulse, etc...) Cela vous permettra de planifier tous les posts de la semaine ou du mois sur chacun de vos réseaux en 1 seul fois.

La puissance de l'équipe

Aujourd'hui, chacun des membres de votre entreprise possède sûrement un compte LinkedIn. C'est le réseau que nous privilégierons pour impliquer les membres de votre équipe dans la diffusion de vos contenus car c'est un réseau professionnel.

Cela vous permettra d'élargir énormément votre audience et à vos contenus de multiplier les vues.



Chapitre 3

Mettre en place la content factory dans mon entreprise

La notice pour mettre en place une content factory

1 – La boîte à idées

Créez un tableur partagé avec tous les membres de l'entreprise, pour que chacun puisse renseigner ses idées de contenus. Vous pouvez indiquer des thèmes qui correspondent à votre ligne éditoriale pour guider les membres de votre équipe

Thème 1	Thème 2	Thème 3	Thème 4
Idée 1	Idée 2	Idée 3	Idée 4
Idée 4	Idée 5	Idée 6	Idée 7
Idée 8		Idée 9	Idée 10
Idée 11			

Outils :

Google Sheet

2 – Définir des créateurs de contenus

Définissez dans votre équipe qui aura en charge la création des contenus. Le responsable ira piocher dans la boîte à idée pour définir quels contenus seront à créer en priorité et l'équipe se répartira les missions selon les spécialités. (Rédaction, vidéos, dessin, ...)

Membre 1	Membre 2	Membre 3	Membre 4
Avis client	Article Expert	Vidéo client	Visuel produit
Photo produit	Article Expert	Vidéo essai	Visuel labels

Outils :

Google Sheet

La notice pour mettre en place une content factory

3 – Optimiser la création

C'est le point le plus technique. Pour ne pas se disperser et créer pleins de contenus sur pleins de thèmes différents, il va falloir réfléchir en contenu pilier et contenus secondaires.

Exemple : Pour une marque de salle de sport

CONTENU PILIER

Découpé en plusieurs micros contenus

=

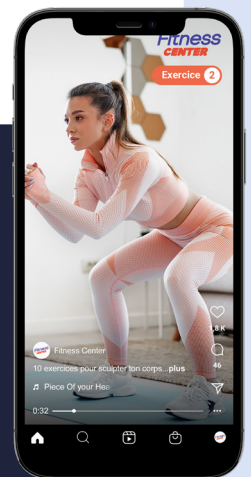
1 seule grosse création

& un travail de découpage

SE REMETTRE EN FORME POUR CETTE NOUVELLE ANNÉE

Format : Interview filmée d'un coach nutritionniste

- Diffusion :
- Interview filmée : Youtube
 - Audio : Podcast Spotify
 - Résumé écrit : Article de blog
 - Résumé écrit : Newsletter



Chapitre 1

Comment se motiver ?

Diffusion :

- 7x Stories
- 2x Vidéos
- 10x Posts
- 10x Posts
- 10x Tweets

Chapitre 2

Les techniques d'entraînement

Diffusion :

- 3x Post photos
- 3x Vidéos
- 7x Posts
- 7x Posts
- 10x Tweets

Chapitre 3

L'importance de l'alimentation

Diffusion :

- 10x Reel
- 10x Vidéos
- 10x Images
- 10x Posts
- 10x Tweets

Outils :

Capcut

Ausha

Canva

Suite Adobe

La notice pour mettre en place une content factory

4 – Planifier

Une fois que tout vos contenus sont créés, il va falloir les planifier pour ne pas avoir a vous occuper de la publication sur tous les réseaux chaque jour. Pour cela, il existe des plateformes de gestions des réseaux sociaux qui vous permettent de relier vos compte et planifier un contenu sur plusieurs plateformes.

Lu **Ma** **Me** **Je** **Ve** **Sa** **Di**

16:00 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧 📧	12:20 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧		17:30 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧 📧		8:00 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧	
22:00 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧 📧		11:00 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧		9:10 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺	13:37 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧	
	16:00 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧		13:00 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧		21:17 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧	16:04 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧 📧
	21:30 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺	11:45 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧	16:15 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧		19:45 Lorem ipsum dolor sit amet 📷 📺 📧 📧	

Outils :

Zoho Social

Buffer

Agorapulse

Hootsuite

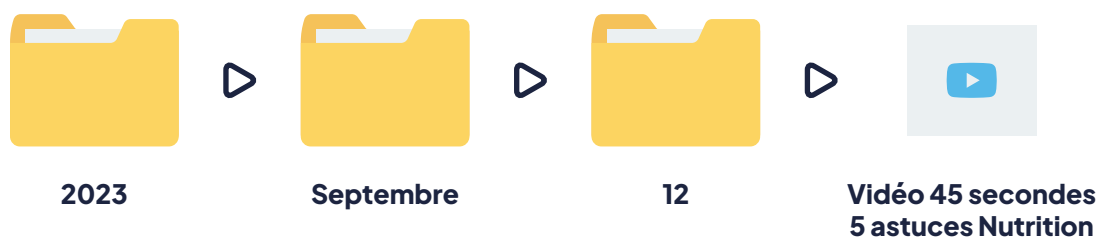


La notice pour mettre en place une content factory

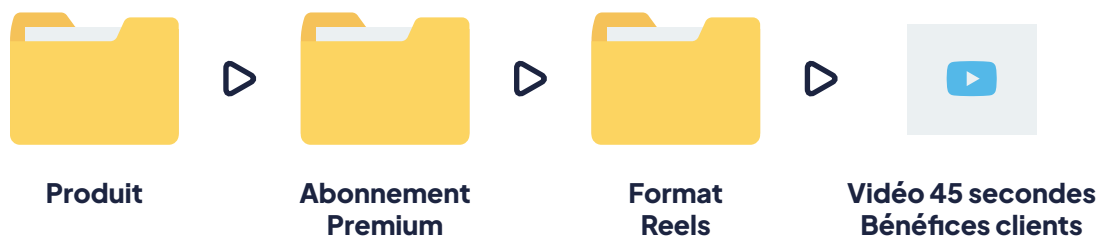
5 – Classer

Une fois les contenus publiés, nous vous conseillons de les classer dans un dossier cloud avec une nomenclature qui facilitera les recherches. Vos contenus pourront ainsi être facilement retrouvés par tous les membres de l'équipe.

Classement par date



Classement par thème



Outils :

Google Drive

Zoho Workdrive

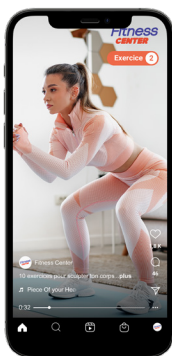
One Drive

La notice pour mettre en place une content factory

6 – Partager

Une de vos publications vient d'être publiée ? Partagez la nouvelle avec vos collègues ou votre entourage. Si ils vont liker, commenter, partager la publication, cela montrera à l'algorithme que le contenu est intéressant et donnera beaucoup plus de visibilité à celui-ci.

Nous vous conseillons de créer un groupe Whatsapp dédié à cela et de partager le lien vers votre publication pour que cela soit plus simple.



Votre publication

*Votre contenu plaît :
élargissement de
l'audience*



Audience de test

*Votre contenu ne plaît
pas : diminution de la
diffusion*



Outils :

Groupe Whatsapp

Canal Slack

Zoho Cliq

LE CAMPUS

By **COMMIUM**

Un service de l'agence Commium

COMMIUM

6 Place de la Madeleine
75008 - Paris

contact@commium.fr
